

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh biaya produksi tidak signifikan terhadap laba. Hal ini karena peningkatan biaya produksi tidak akan meningkatkan laba melainkan akan menurunkan laba. Ini artinya semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, maka laba perusahaan akan semakin menurun.
2. Pengaruh biaya promosi tidak signifikan terhadap laba. Hal ini karena biaya promosi yang meningkat dapat menurunkan laba, dikarenakan tidak semua biaya promosi yang dikeluarkan dapat meningkatkan penjualan. Ini disebabkan karena biaya promosi dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik, selera konsumen dan kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diiringi dengan penjualan yang meningkat, maka laba perusahaan akan menurun.
3. Pengaruh volume penjualan signifikan terhadap laba. Hal ini dikarenakan jika suatu perusahaan dengan volume penjualan yang tinggi, maka akan mendapatkan laba bersih yang tinggi pula. Ini karena laba dipengaruhi oleh pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan.
4. Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih secara simultan dianalisis dengan menggunakan Uji F.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan (simultan) terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih karena hasil uji-F menunjukkan bahwa hasil tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu laba.

## **5.2 Saran**

Setelah dilakukan penelitian dan pengamatan mengenai Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka penulis akan menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat menjadi panduan dalam mewujudkan suatu konsep pemasaran yang lebih baik dan benar-benar sesuai dengan konsep yaitu:

### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini hendaknya dapat menambah wawasan mengenai pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba, sehingga perusahaan mempunyai kiat-kiat dalam memperoleh keuntungan yang besar dan perusahaannya juga akan semakin sukses.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian metode yang sama namun dengan

variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda, sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep yang diterima secara umum.